

Auf Sendung!?

Religion im Fernsehen

Im Massenmedium Fernsehen begegnet dem Zuschauer ein säkulares Spiegelbild religiöser Symbolsysteme und Funktionen mit jeweils eigenen religionsanalogen Sinnofferten.

Wie nimmt sich das „Projekt der Religion“ unter diesen Bedingungen des „Medienreligiösen“ aus?

Hans-Joachim Höhn

Wir gehen jetzt auf Sendung!“ – ein bißchen zu spät kam dieser Zuruf des Reporters an seinen Kameramann. Denn kurz vorher hatte Ulrich Wickert in den „Tagesthemen“ schon die Live-Schaltung angekündigt. Und nun sahen Millionen Fernsehzuschauer, was sonst nie zu sehen ist: ein Korrespondent, der sich noch einmal Frisur und Krawatte richtet, um dann mit seinem Bericht zu beginnen. Ich habe nicht länger zugehört, weil ich bei seinem ersten Satz hängen blieb. „Auf Sendung“ – diese Floskel eines Medienmenschen setzte bei mir eine kuriose sprachliche Kettenreaktion in Gang. Sie verlief über das Amtsdeutsch der Post („Paketsendung“) über den diplomatischen Dienst („Gesandter“) um im Archiv für religiöse Begriffe bei den Stichworten „Aussendungsfeier“ und „Sendungsauftrag“ zu enden. Natürlich war diese Assoziationenfolge beruflich bedingt. Wer kommt schon auf solche Gedanken, der nicht Theologe ist?

Zwar liegt diese Episode schon geraume Zeit zurück. Aber sie hat ein anhaltendes professionelles Interesse am Thema „Medien und Religion“ geweckt. Am Anfang stand die Frage: Kann es sein, dass nicht nur das Wort „Sendung“ im Fernsehen eine neue Verwendung gefunden hat, sondern auch die damit bezeich-

nete religiöse „Sache“? Natürlich ist sie dort neu formatiert worden, so dass man heute meinen kann, sie sei buchstäblich „telegen“, d.h. vom Fernsehen hervorgebracht. Aber vielleicht sind Wort und Sache im Gegenzug wieder religiös „recodierbar“? Möglicherweise zeigt sich im Fernsehen Religiöses noch in weiteren Formaten und Funktionen? Rasch ließ sich diese Vermutung durch eigene Medienanalysen und den Vergleich mit bereits vorliegenden Studien zum Thema „Religion im Fernsehen“ erhärten. Dabei sind aus Fragen nach der medialen An-treffbarkeit des Religiösen unversehens Thesen zur religiösen Dimension des Fernsehens geworden, die ich im folgenden zur Diskussion stelle. Neben einer kleinen „religiösen Phänomenologie“ der Medien geht es mir nicht nur um eine Spurenlese des Religiösen in einem säkularen Kontext, sondern auch um eine kritische Sondierung der religiösen Aufladung des Medialen.

Hans-Joachim Höhn

geb. 1957, Professor für Systematische Theologie und Religionsphilosophie in Köln.

MITTENDRIN STATT BLOSS DABEL: DAS MEDIALE EVANGELIUM

Der Theologie begegnet im Massenmedium Fernsehen ein säkulares Spiegelbild religiöser Symbolsysteme und Funktionen mit jeweils eigenen religionsanalogen Sinnofferten. Hier werden Träume von einem „roten Faden“ in einer verworrenen Welt und der Wunsch nach biographischer Identität inszeniert (Serien und Mehrteiler); hier wird der Widerstreit zwischen „gut“ und böse“ ausgetragen, der Wunsch nach Gerechtigkeit aufgegriffen (Krimis) und die Sehnsucht nach einer unbeschwerten „anderen“ Seite des Lebens bedient (Unterhaltungsshow). Im Umgang mit menschlichen Sinnfragen operiert das Fernsehen „tele-visionär“. Es macht Sehnsüchte zu Sehsüchten und verlegt das Ersehnte nicht in ferne Zeiten, sondern liefert es gleich frei Haus. Die „frohe Botschaft“ des Fernsehens hält als besondere Gnade nicht allein die Überbrückung von Distanzen in Raum und Zeit bereit, sondern verspricht auch ein unmittelbares Dabeisein, die Herstellung von Teilhabe über die elektronisch vermittelte Teilnahme an besonderen „events“. Die Fernsehkamera macht es möglich, live an politischen Gipfeltreffen und sportlichen Großereignissen teilzunehmen. Man ist „mitten drin“, ohne anwesend sein zu müssen. Wer sich vor Ort aufhält, läuft Gefahr im Gedränge unterzugehen und nichts mitzukriegen. Nur wer zu Hause bleibt, den Fernseher einschaltet, bekommt alles mit. Der Fernseher verhilft mit einem angeschlossenen Videorecorder einem von Zeitdruck und Zeitmangel geplagten Menschen dazu, dass er nichts verpasst. Erlöst wird er nicht nur von der Angst vor Lan-

geweile, sondern ebenso von seiner Versäumnisangst. Es ist ihm möglich, die Zwänge der Zeit zu durchbrechen. Was zur gleichen Zeit, jedoch an verschiedener Stelle und Welle passierte, lässt sich nun nacheinander betrachten. Mit dem Finger an der Fernbedienung wird der Zuschauer auf seiner Couch zum unbewegten Bewegter, der alles von der Welt mitkriegt und in-

Der Theologie begegnet im Fernsehen ein säkulares Spiegelbild religiöser Symbolsysteme.

sofern mitten im Leben steht. Mitten im Leben ist man auch nicht einsam. „Video, ergo sum.“ – „Ich sehe fern, also bin ich nicht allein“ (auf der Welt). Irgendwo ist immer jemand auf Sendung. Und da keine TV-Station mehr einen Sendeschluss kennt, ist man auch zu keinem Zeitpunkt allein auf dieser Welt.

Für viele Mediennutzer ist diese mediale Weltverbundenheit in einer Zeit, in der das Mediale auch eine Realität darstellt, nichts Oberflächliches. Es kann sie vielmehr bis in ihre psychischen Tiefenschichten ansprechen. Wer tiefe Gefühle erleben will, schaut sich im Fernsehen tiefe Gefühle an und kann dann selber welche haben. Das Medienbegräbnis von Lady Diana 1997 lieferte hierfür einen eindrucksvollen Beleg. Immer mehr Menschen sehen im Fernsehen jedoch mehr als ein Instrument, das Zugang und Anschluss zum Außergewöhnlichen, Sensationellen und Spektakulären herstellt. Als Tagesbegleitmedium (B. Sichtermann) hält es sie vom Frühstücks-TV über das Mittagmagazin bis zur Late-Night-Show auf unverbindliche

Weise mit der Welt in Verbindung. Sein Kommunikationsfluss ist von unbegrenzter Dauer und stets frei zugänglich. Man muss nur hinschauen und schon ist man wieder im Bilde. Überboten wird all dies nur dadurch, dass die Zuschauer einmal selbst Teil eines solchen Bildes werden. Die höchste Gnade, die das Fernsehen zu vergeben hat, besteht darin, einmal selbst im Gesehenen zu sein. Das verschafft Ansehen – eine Auszeichnung, über die hinaus Größeres in der Mediengesellschaft nicht gedacht werden kann. Denn *eine* Ungleichheit können auch die Medien nicht beseitigen: der Unterschied zwischen denen, die zusehen, und jenen, die gesehen werden. Gleichwohl ist diese Restungleichheit durchaus willkommen. Sie kann genutzt werden, um sich und anderen zu zeigen, dass man bei allen Gemeinsamkeiten doch noch etwas Besonderes ist. Das entscheidende Merkmal, das jemanden aus der Bedeutungslosigkeit heraushebt, ist Medienpräsenz.

ZERSTREUUNGEN: DAS EVANGELIUM IN DEN MEDIEN

Die Suche nach der religiösen Dimension des Fernsehens erbringt nicht nur Indizien, wie dieses Medium auf Grund seiner technischen Möglichkeiten zu einem Faszinosum und dann zu

*Die religiöse Dimension des Fernsehens
zeigt sich in Stoffen und Motiven,
die dem Christentum entstammen.*

einem Religiosum wird. Sie führt in den verschiedenen Kanälen und Sendeformaten auch zur Begegnung mit Stoffen und Motiven, die

dem Christentum entstammen. Allerdings wird bald deutlich, dass es sich hierbei meist um Resultate der nicht-religiösen Aneignung und ästhetisch-medialen Umbuchung christlicher Themen und Traditionen handelt. Was in der neueren Religionssoziologie als „Dispersion“ des Religiösen bezeichnet wird, findet hier anschauliche Beweise und Belege. Gemeint sind damit Prozesse der Aussiedlung des Religiösen in die nicht-religiösen Segmente der modernen Kultur, wo sie zerlegt und neu zusammengesetzt werden.

Die Bandbreite von solchen „Dekonstruktionen“ des Evangeliums, die in den letzten Jahren zu neuen TV-Sinnbildern verarbeitet wurde, deckt nahezu alles ab, was (einst) dem religiösen Glauben oder kirchlich institutionalisierter Christlichkeit vorbehalten schien: Wer will, kann in diversen Wunschsendungen Wunder erbitten und erleben, dass verschollen geglaubte Angehörige auf ein Stichwort des Moderators aus den Studiokulissen hervorkommen und für Tränen des Wiedersehensglücks sorgen. Man kann sich auch selbst als barmherziger Samariter erweisen und sich in den Sparten des Charity-TV – vorzugsweise im Advent – an Spendenaufrufen beteiligen. Es ist sogar möglich, Zeuge der Wiederauferstehung Verstorbener zu werden. Wird in den 20-Uhr-Nachrichten der Tod eines prominenten Schauspielers vermeldet, geschieht dies nicht ohne den Hinweis, dass er am selben Abend noch einmal in einem seiner größten Kinoerfolge zu sehen sein wird. Prompt ereignet sich nach 23

Uhr seine elektronische Wiederauferstehung. Fernsehsendungen haben nicht nur Zeigefunktionen; sie vermitteln auch das, was sie zeigen:

Wunder und Trost, Barmherzigkeit und Vergabung. Ausreichend Gelegenheit dazu bieten die zahlreichen Talkshows. Was oft wie eine Revue von Tabubrüchen aussieht, weist auch Züge von Reinigungsritualen auf. Die Talkgäste machen ihre intimen Geheimnisse öffentlich und erhalten bußfreie Absolutionen. Die einzige Voraussetzung ist, dass sie ihr Tun in einer für alle Zuschauer einleuchtenden Weise vermitteln. Es kommt nur darauf an, die Rechenschaftspflicht gegenüber der Gemeinschaft zu erfüllen. Wer dagegen nichts „rauslässt“, macht sich verdächtig, etwas für die Öffentlichkeit Schädliches zu treiben. Das verschwiegene Private wird zur Provokation, nicht das freimütig beschriebene „abweichende“ Verhalten.

Natürlich gibt es auch noch andere, dem Christentum abgeschauete Gnaden im Fernsehen. Den großen medialen Segen bekamen Heiratswillige vor einiger Zeit in der „Traumhochzeit“ (RTL), im Kleinformat ist er noch immer erhältlich bei Nina Ruge, die ihr Klatsch- und Glamourmagazin „Leute heute“ (ZDF) mit dem Schlusssatz verziert: „Alles wird gut!“ Schließlich begegnen noch in den Werbeblöcken allerlei religiöse Veratzstücke. So lässt etwa ein Automobilhersteller nach dem Sündenfall Adam und Eva in einem Kleinwagen Platz nehmen und macht die Vertreibung aus dem Paradies zu einer vernünftigen Fahrt ins Freie und in die Freiheit.

MEDIAUGLICH? WENN VOM RELIGIÖSEN NUR NOCH DAS MEDIALE ÜBRIG BLEIBT

Die skizzierten Phänomene der TV-Religion zeigen vermutlich nur dem theologisch informierten Medienbeobachter den Fortbestand vieler Elemente religiöser Lebenskultur in den Medien. Für die meisten Mediennutzer sind diese Ver-

satzstücke des Christentums auf ihren religiösen Hintergrund kaum noch transparent. Sie sind hinsichtlich ihrer christlichen Prägung „anonymisiert“ und inhaltlich „entkernt“. Gleichwohl erinnern sie im Phänotyp, in Ästhetik und Semantik noch an die alten Erscheinungsformen – wie etwa auch diverse Videoclips auf den Medienkanälen VIVA und MTV belegen, die „Coverversionen“ gregorianischer Choräle bieten. Insofern legt sich die These nahe: Das Religiöse lebt fort hinsichtlich seiner ästhetischen Formierung, aber nicht hinsichtlich seiner primären Geltungsansprüche für eine transzendenzorientierte Lebensführung des Menschen. Dies ist auch weder intendiert noch möglich, wenn religiöse Motive „umgebucht“ und für nicht-religiöse Zwecke eingesetzt werden (z.B. im Marketing von „Kultmarken“). Das Christliche im Medium Fernsehen wird durchgängig den Parametern des medialen Evangeliums angepasst. Es ist hilfreich bei der Herstellung von weltimmanenten Entgrenzungen, es verstärkt die Ökonomie des Ansehens und die säkulare Kommunion des Dabeiseins. All dies sind Dinge, die nach heutigen Maßstäben auf der Skala von Sinn und Wert ganz oben stehen. Das originäre Projekt der Religion weicht davon aber in einer wichtigen Hinsicht ab. Ihm geht es um die Maßstäbe, die beim Setzen von Maßstäben zu beachten sind. ■

LITERATUR

- Höhn, Hans-Joachim, Zerstreuungen. Religion zwischen Sinnsuche und Erlebnismarkt, Düsseldorf 1998.
 Hurth, Elisabeth, Zwischen Religion und Unterhaltung, Mainz 2001.
 Reichertz, Jo, Die Frohe Botschaft des Fernsehens, Konstanz 2000.
 Schilson, Arno, Medienreligion, Tübingen/Basel 1997.
 Thomas, Günter (Hg.), Religiöse Funktionen des Fernsehens?, Wiesbaden 2000.